

COMUNE DI CASAPESENNA

Provincia di Caserta

Codice Fiscale e Partita IVA : 81001750611
Tel: Centralino 081/8165611- Sindaco 081/8165627 –Fax 081/ 8165640
E-Mail: comune-casapesenna@libero.it

Originale
Copia

VERBALE DI CONSIGLIO COMUNALE

Delibera N. 06 del 20/03/2015

OGGETTO: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' COMUNALI

L'anno **duemilaquindici addì 20 del mese di Marzo alle ore 17.15** il Consiglio Comunale, convocato nei modi e termini di legge, si è riunito nella Sala Consiliare nelle persone dei sigg

| | | | | Presente | Assente |
|----|-----------|------------|--------------|----------|---------|
| 1 | Fontana | Domenico | Presidente | x | |
| 2 | De Rosa | Marcello | Sindaco | x | |
| 3 | Zagaria | Giustina | Vice Sindaco | x | |
| 4 | Zagaria | Raffaella | Consigliere | x | |
| 5 | Nocera | Nicolina | Consigliere | x | |
| 6 | Diana | Michele | Consigliere | x | |
| 7 | Cilindro | Sebastiano | Consigliere | | x |
| 8 | Massaro | Bernardo | Consigliere | x | |
| 9 | Cirillo | Giuseppe | Consigliere | x | |
| 10 | Garofalo | Antonio | Consigliere | x | |
| 11 | Petrillo | Battistina | Consigliere | x | |
| 12 | Cangiano | Raffaele | Consigliere | x | |
| 13 | Donciglio | Rosa | Consigliere | x | |

Totale : Presenti 12 Assenti 1

Partecipa il Segretario Comunale Dr.ssa Anna Damiano , il quale provvede alla redazione del Presente verbale dando atto, altresì, che sono:

| Carica | Presente | Assente |
|---|----------|---------|
| Assessore Esterno Capoluongo M. Michela | x | |
| | | |

Domenico Fontana nella Sua qualità di Presidente del Consiglio, assume la presidenza e, constatata la legalità dell'adunanza, invita i convenuti a deliberare sull'oggetto.



Comune di Casapesenna
(Provincia di Caserta)

Codice Fiscale: 81001750611 Partita IVA: 03447760616

Proposta. N° 3 del

() Giunta (X) Consiglio

Addì 20/03/2015 Ore 17.15

Annotazioni:

Il Segretario Comunale
Dr. _____

Proponente: Servizio _____

Area _____

Il Proponente _____

Il Relatore _____

Oggetto: REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' COMUNALI

Pareri resi ai sensi dell'art. 49 del D Lgs 18.08.2000, n. 267

Parere di Regolarità Tecnica:

Responsabile Area _____ : FAVOREVOLE

Data 20-3-15

Responsabile Servizio _____

Data _____



Firma _____

Firma _____

Parere Regolarità Contabile: FAVOREVOLE

Data 20-3-15



Firma _____

Illustra l'argomento il Presidente che evidenzia le finalità del Regolamento. Attraverso l'utilizzo di capitali privati si possono realizzare attività utili ai cittadini. Nei bandi di gara si possono prevedere piccole contribuzioni a carico delle imprese appaltatrici per realizzare iniziative nel campo sociale o comunque utili per la cittadinanza.

Interviene il Sindaco che sottolinea come il regolamento da approvarsi è un altro segnale positivo dell'amministrazione ed uno strumento che contribuirà a rendere il paese moderno e diverso da come appare oggi.

Il Presidente propone di votare per l'approvazione del regolamento.

Votazione: n. 12 voti favorevoli

Votazione sull'immediata esecutività : n. 12 voti favorevoli

Delibera approvata

OGGETTO: REGOLAMENTO COMUNALE PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' COMUNALI

IL CONSIGLIO COMUNALE

Premesso che:

- l'Amministrazione comunale è, per propri fini istituzionali, promotrice di una serie di attività finalizzate alla realizzazione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro
- gli Enti locali da un lato sono chiamati sempre più ad assolvere a compiti primari nell'amministrazione del Paese ed a soddisfare le attese crescenti del cittadino-utente, dall'altro registrano una continua e progressiva riduzione dei trasferimenti statali destinati a finanziare le attività istituzionali delle Autonomie stesse
- in applicazione dell'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 e dell'art. 119 del D. Lgs. n. 267/2000, gli Enti locali, in vista del reperimento di risorse, hanno piena facoltà di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione, nonché convenzioni con soggetti pubblici o privati diretti a fornire consulenze o servizi aggiuntivi al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati
- i contratti di sponsorizzazione e gli accordi di collaborazione si configurano pertanto quali strumenti negoziali sempre più diffusi negli enti locali per reperire risorse e consentire la realizzazione di risparmi di spesa in relazione a progetti, iniziative ed attività dell'amministrazione già programmate;

Rilevato che l'Amministrazione comunale – in applicazione della vigente normativa – intende sviluppare idonee iniziative per il reperimento di sponsor e la definizione di contratti di sponsorizzazione con soggetti pubblici e privati in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, d'iniziativa diretta della Amministrazione comunale ovvero di soggetti terzi;

Considerato che i comuni e le province si configurano come "soggetti ideali" per la diffusione di elementi di pubblicizzazione di nomi aziendali o marchi, tenendo conto delle molteplici possibilità di forme di veicolazione del messaggio e del bacino di diffusione del messaggio pubblicitario;

Atteso che l'art. 43 della Legge 27/12/1997 n. 449 subordina la legittimazione delle pubbliche amministrazioni a stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione al ricorrere delle seguenti condizioni:

- a) perseguimento di interessi pubblici
- b) esclusione di conflitti di interesse tra attività pubblica e privata
- c) conseguimento di un risparmio di spesa;

Ricordato che il legislatore nazionale ha recentemente disciplinato la materia dei contratti di sponsorizzazione anche con l'art. 26 del Codice degli Appalti, approvato con Decreto Legislativo 163/2006;

Considerato:

- che la precitata legge 27 dicembre 1997 n. 449, all'art. 43, si limita a prevedere la possibilità, per le pubbliche amministrazioni, di stipulare i predetti atti contrattuali, ma non detta nessuna disciplina positiva al riguardo
- che, data la atipicità del contratto in questione, occorre comunque ricorrere a procedure che garantiscano il sostanziale rispetto dei principi di efficacia, efficienza e trasparenza dell'azione amministrativa

- che, alla luce di quanto sopra, si rende necessario approvare un regolamento ove, nei limiti del proprio potere di autonomia e nel rispetto della vigente normativa, l'Amministrazione comunale definisca modalità e termini per il reperimento di sponsorizzazioni o la stipulazione di accordi di collaborazione in occasione di eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi ed altro;
Ritenuto necessario procedere all'approvazione di un regolamento al fine di semplificare e snellire le procedure e nel contempo di ampliare gli ambiti di applicazione degli istituti della sponsorizzazione e dell'accordo di collaborazione, incentivando conseguentemente il ricorso agli stessi onde disporre di strumenti utili in vista del conseguimento di economie di spesa e/o di una maggiore qualità dei servizi erogati alla collettività;
Vista l'allegata bozza di "Regolamento per la disciplina e la gestione delle sponsorizzazioni" predisposta dall'ufficio segreteria, e ritenuto di approvarla;
Visti i pareri favorevoli di regolarità tecnica e contabile resi ai sensi dell'art. 49 TUEL;
Visto il D. Lgs. n. 267 del 18.08.2000 "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali";
Con voti n. 12 favorevoli resi palesemente

DELIBERA

- 1) di approvare, per i motivi di cui in premessa, il "Regolamento per la disciplina delle sponsorizzazioni delle attività comunali" che, composto da n. 16 articoli, si allega alla presente per farne parte integrante e sostanziale;
- 2) di dichiarare, con separata e successiva votazione unanime, il presente atto immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134 4° co. D.lgs. 267/2000.

COMUNE DI CASAPESENNA

Provincia di Caserta

Via Don Pepe Diana – 81036 Casapesenna
Codice Fiscale e Partita IVA 81001750611
Tel: 081/8165638/11 – Fax: 081/8165640/31



REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE INIZIATIVE DI SPONSORIZZAZIONE DELLE ATTIVITA' COMUNALI

Art 1 (Finalità)

1. Il presente regolamento disciplina le attività di sponsorizzazione in attuazione delle disposizioni contenute nell'art. 43 della legge 449/1997, nell'art. 119 del D.Lgs 267/2000 e nell'art. 26 del d. lgs. n. 163/2006. Il ricorso alle sponsorizzazioni costituisce un'opportunità innovativa di finanziamento delle attività del Comune ed è finalizzato a favorire il miglioramento organizzativo e l'ottenimento di proventi di entrata o risparmi di spesa nel perseguimento del pubblico interesse. In particolare modo il presente regolamento intende disciplinare, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'art. 119 del TU. sull'Ordinamento degli Enti Locali, approvato con D. Lgs. 18/8/2000 n.267, i presupposti, le condizioni, nonché la procedura di sponsorizzazione e conseguente scelta dello sponsor, in materia di eventi culturali, sociali, ricreativi e altro, promossi dall'amministrazione comunale per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza, che regolano l'operato della Pubblica Amministrazione.

Art. 2 (Condizioni)

Il ricorso al contratto di sponsorizzazione oggetto del presente regolamento è ammesso ove sussistano le seguenti condizioni:

- a) il perseguimento di interessi pubblici;
- b) l'esclusione di forme di conflitto di interesse tra attività pubblica e privata;
- c) il conseguimento di risparmi di spesa.

Art. 3 (Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari)

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e associazioni senza fini di lucro per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'Ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

Art. 4 (Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor)

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante procedura a evidenza pubblica preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso.

In caso di pubblicazioni editoriali, manifestazioni, fiere, feste patronali, o iniziative che comunque non superino la durata di novanta giorni è ammessa la definizione di accordi di sponsorizzazione, consistenti nella contribuzione in denaro da parte di uno o più sponsor, in cambio della possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi spazi pubblicitari posti su aree pubbliche comunali o nell'ambito dei veicoli informativi prescelti dal Comune per promuovere le manifestazioni, quali messaggi radiofonici o televisivi, manifesti, striscioni, locandine, giornali. La valenza delle iniziative che consentono l'accordo di sponsorizzazione, trattandosi di valutazione della qualità e tipologia del prodotto/servizio da pubblicizzare, sarà sottoposta all'approvazione della Giunta Municipale, che autorizzerà il Responsabile dell'Area Segreteria alla sottoscrizione dell'accordo, sulla base della procedura di cui al c.2 e seguenti - Le somme saranno introitate in apposita risorsa dell'Entrata di Bilancio, all'uopo inserita nelle previsioni annuali."

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'Albo Pretorio, inserimento nel sito internet del Comune e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.

3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:

- a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti del progetto di sponsorizzazione;
- b) l'indicazione dello spazio pubblicitario messo a disposizione;
- c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione.

4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:

- a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare, oppure la somma offerta quale sponsorizzazione;
- b) l'accettazione delle condizioni previste nel progetto di sponsorizzazione.

5. L'offerta deve, inoltre, contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.

6. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione, nel rispetto dei criteri definiti nel progetto di sponsorizzazione.

7. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel progetto.

Art. 5 (Esclusioni)

1. Sono esclusi dai contratti di sponsorizzazione, oggetto del presente regolamento, quei soggetti privati, ditte, imprese, associazioni o altri organismi che abbiano in atto controversie di natura legale o giudiziaria con l'amministrazione comunale o che esercitano attività in situazioni di conflitto di interesse con l'attività pubblica.

Art. 6 (Individuazione delle iniziative)

1. Le iniziative interessate dalla procedura di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate con il PEG e/o altre previsioni di bilancio –

In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta può individuare le iniziative interessate dalla sponsorizzazione.

2. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutte le iniziative, i

prodotti, i beni, i servizi e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'Ente.

3. Nell'ambito del PEG e/o del Budget di assegnazione delle risorse, nella delibera di Giunta saranno anche individuate le somme minime dell'offerta di sponsorizzazione in riferimento agli spazi pubblicitari messi a disposizione. Per ogni iniziativa possono essere previste più sponsorizzazioni e possono essere stipulati più contratti di sponsorizzazione.

Art. 7 (Contratto di sponsorizzazione)

1. Il ricorso, da parte dell'Amministrazione, a forme di sponsorizzazione, in relazione ad attività, interventi o progetti culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, ad attività di promozione o di valorizzazione del patrimonio dell'Ente, va formalizzata con apposito atto di natura contrattuale, nella forma scritta, nel quale risultano stabiliti:

- a) l'oggetto e le finalità del contratto di sponsorizzazione;
- b) il diritto dello sponsor alla utilizzazione "esclusiva" ovvero "non esclusiva" dello spazio pubblicitario nel corso degli eventi culturali, sociali, ricreativi, sportivi e altro, per i quali sia prevista la sponsorizzazione;
- c) le modalità di promozione, comunicazione e pubblicità, i limiti dello sfruttamento dell'immagine a fini pubblicitari, di eventuali diritti di esclusiva, di eventuali benefits, di modalità di utilizzazione del marchio e di presenza del logo dello sponsor sul materiale di propaganda e di pubblicità;
- d) l'individuazione del pubblico di riferimento per la pubblicizzazione, da parte dello sponsor, degli elementi caratteristici dello sponsor;
- e) la durata del contratto di sponsorizzazione;
- f) gli obblighi assunti rispettivamente dallo sponsor e dall'Amministrazione e le relative sanzioni in caso di inadempimento;
- g) la specificazione degli elementi caratteristici veicolati dall'amministrazione;
- h) il corrispettivo della sponsorizzazione;
- i) le modalità procedurali, le garanzie richieste (fideiussione bancaria, polizza assicurativa) e le responsabilità;
- l) le prescrizioni in materia di controversie, di spese contrattuali e la disciplina della facoltà di recesso.

2. Il contratto dovrà prevedere clausole che in nessun caso pregiudichino o condizionino l'attività dell'Amministrazione.

Art. 8 (Diritto di rifiuto)

1. L'Amministrazione, a suo insindacabile giudizio, si riserva di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:

- a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;
- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
- c) la reputi inaccettabile per motivi di inopportunità generale.

2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:

- a) propaganda di natura politica, sindacale, filosofica o religiosa;
- b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
- c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

Art. 9 (Versamento dei proventi da sponsorizzazioni)

1. Salvo diverso accordo tra le parti, il pagamento del corrispettivo della sponsorizzazione deve essere eseguito, nella misura del 50%, al momento della

sottoscrizione del contratto presso la Tesoreria dell'Ente o utilizzando gli strumenti di pagamento del sistema bancario o postale, e nella misura del restante 50%, a conclusione dell'evento.

Una quota parte del 50% è destinata al budget operativo dell'ufficio proponente ed immediatamente impegnabile subito dopo l'accertamento di entrata .

Art. 10 (Aspetti fiscali)

1. La sponsorizzazione oggetto del presente regolamento si configura come operazione permutativa e trova quindi applicazione la disciplina sull'Iva secondo le previsioni dell'art. 11 del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633.

Art. 11 (Verifiche e controlli)

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte dal competente Responsabile dell'Area dell'Amministrazione, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.

2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente Notificate allo sponsor. La notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel precontratto di sponsorizzazione.

Art. 12 (Trattamento dei dati personali)

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente Regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste.

2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti ai sensi del D. Lgs. n°196/2003.

Art. 13 (Riserva organizzativa)

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dall'Amministrazione comunale secondo la disciplina del presente Regolamento.

2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

Articolo 14 (Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni)

1. I risparmi di spesa e le maggiori entrate conseguenti all'attuazione di iniziative di sponsorizzazione sono destinate dalla giunta comunale, anche avvalendosi del piano esecutivo di gestione o degli altri ordinari strumenti di programmazione, ad economie di bilancio in misura non inferiore al 50% e per la parte residua, nei limiti degli stanziamenti di bilancio, all'implementazione dei trattamenti accessori previsti per il personale dipendente comunale non dirigente e dirigente in base alla normativa vigente tempo per tempo. Tale implementazione non include le risorse derivanti dall'attuazione dei piani di razionalizzazione di cui all'art. 16, comma 5, del decreto legge 6 luglio 2011 n. 98 convertito con legge 15 luglio 2011 n. 111.

2. I risparmi di spesa e le maggiori entrate conseguite sono documentate nella relazione al rendiconto per la gestione.

Art. 15 (Controversie)

1. Ogni controversia relativa all'interpretazione, esecuzione o risoluzione del contratto è sottoposta al competente Foro di Napoli Nord .

Art. 16 (Norme di rinvio)

1. Per quanto non previsto nel presente regolamento si applica la normativa legislativa vigente.

Letto, confermato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE
Domenico Fontana



IL SEGRETARIO GENERALE
D.ssa Anna Damiano

Il sottoscritto Segretario Comunale, CERTIFICA che la presente deliberazione è stata affissa all'albo Pretorio N. _____ della sede comunale oggi _____ e vi rimarrà per giorni 15 consecutivi, come prescritti dall'art.124 T.U. 267/2000-

Li



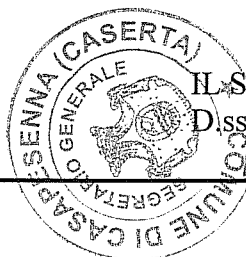
IL SEGRETARIO GENERALE
D.ssa Anna Damiano

ESECUTIVITA'

Ai sensi dell'art.134 comma 4 legge 267/2000

- Per dichiarazione di immediata esecutività del Consiglio Comunale ai sensi dell'art. 134 comma 3 legge 267/2000
- Per decorrenza termini, giorni 10;
- Atto non soggetto a controllo;

Li 20.03.2015



IL SEGRETARIO GENERALE
D.ssa Anna Damiano

Trasmessa copia a:

Albo Pretorio
Ragioneria
U.T.C.
Altro

Sede
Sede
Sede